新媒体时代广播电视编辑业务创新探讨

摘 要：人类社会进入 21 世纪以来，科学技术迅猛发展。以计算机应用技术和互联网应用技术为代表的现代化信息技术成为新世纪科学技术的主要领导者。现代化信息技术的发展深刻地改变了人们的生产生活方式、生活理念，也为社会各行各业的升级转型注入了新活力，培育了新动能，带来了新契机。以广播电视媒体行业的发展为例，现代化信息技术的日趋成熟和不断推广使用，滋生了以官方网站、微信公众号、微博、QQ 空间等为代表的新型传播媒介。较之于传统的广播电视等信息传播媒介，新媒体内容丰富、形式多元，给用户提供了更多的可选性和个性化设计。面对来势汹汹的新媒体技术，传统的广播电视媒体宣传行业如何有效地结合自身特点，寻找新的发展机遇，捍卫自身在信息传播中的“大哥大”地位，成为传媒行业关注的焦点。笔者认为，编辑工作是广播和电视工作的核心驱动力，也是广播电视工作的首要业务内容。在信息时代下，基于新媒体这一大背景，广播电视行业若想实现自身的优化升级，就务必以编辑工作的改革创新为抓手。本文将围绕“新媒体时代广播电视编辑业务创新探讨”这一话题，详细分析了“新媒体”的基本含义、新媒体技术特征分析、新媒体时代背景下广播电视编辑业务问题现状，以及新媒体时代背景下广播电视编辑业务创新发展策略。

关键词：新媒体时代；广播电视；编辑业务；创新策略

中图分类号：G222.1　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2019）07-094-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.07.029

文 / 赛力克 · 哈尼开

前言

二十一世纪是一个信息大爆炸的时代，在新媒体技术的大力推动之下，信息的传播方式更加多样化，信息的传播渠道更加多元化，信息的传播速度更快，信息的传播量日益增加。回顾二十世纪，在计算机及互联网应用技术尚且不够成熟的时代背景下，广播和电视是最先进的信息传播媒介。广播借助音频传播信息，电视更是集音频、画面于一体。然而，在新媒体时代下，随着多项媒体技术高度融合，广播和电视在媒体界的主导地位受到了威胁，大有改朝换代之倾向。究其原因，还是因为传统的广播电视行业的发展久不更新、迟滞于信息技术发展的步伐、无法更好地满足观众日益增长的现实需求，因而面临淘汰危机。这就要求广播电视行业要革新传统的技术理念，以编辑工作这一主体业务为改革之起点，创新编辑工作形式，革新编辑工作内容，立足观众现实所需，全面推动广播电视编辑工作形式、内容、理念、设备、业务多方面革新，为新媒体时代广播电视的转型升级注入源头活水。

1. 新媒体技术及新媒体时代下的编辑工作变化

新媒体技术是在电视广播等传统信息媒介传播技术的基础之上，依托于现代化的计算机及互联网应用技术而形成的一种传播速度更快、传播内容更广、传播渠道更加多样随机的新型信息传播媒体技术。例如，我们日常生活中常用的公司官方网站、明星个人微博、微信公众号等新型自媒体技术都属于新媒体技术的范畴。不同于传统电视广播等媒体技术程式化的单一内容播报，新媒体技术在信息报道上更加强调时态报道、开放性的报道、互动式的报道等。信息传播形式与内容上的巨大革新对电视广播编辑的业务能力水平提出了更高的要求。在新媒体时代下，面对体量庞大复杂的网络信息资源、灵活多样的信息传播媒介、精致挑剔的观众听众需求，电视及广播编辑工作不仅仅要做好社会话题的搜集整合工作、新闻事件社会热点的系列报道策划编排工作，还要善于包装消息报道的形式，深挖消息报道的内涵，主动灵活地与听众观众互动。这些都对编辑工作提出了新标准、严要求。

2. 新媒体技术特征分析

传统的电视广播报道形式单一、内容不够灵活，且根本无法实现受众与编者之间的有效互动，信息传输的单向性过于严重，致使传统的电视广播媒介远远无法适应现代人的实际需求。反观新媒体技术，由表及里，由内而外，从形式到内容都发生了巨大的革新与转变，呈现出多样性、时效性、丰富性、自主性、互动性的新特征。

2.1 多样性

从形式上来看，新媒体技术的多样性体现在它涵盖了官网、公众号、微博等多种社交媒体和自媒体信息传播形式；从内容上来看，新媒体技术由于把主动权交还给了社会个体，其内容则完全由不同的使用者随机确定，可以是文字、视频、图片等多种内容；从新媒体技术传播路径上来看，由于它依托于发达的互联网系统。互联网系统的互联互通、高度共享性为新媒体技术提供了不可胜数的信息传播路径。

2.2 时效性

以往，人们借助电视广播等信息传播媒介获取信息，由于从信息的获取、筛选、整合、编排、刊发、播报等一系列过程都需要消耗大量的时间，当新闻热点传达到听众或观众耳边时，其时效性大打折扣，信息传播的滞后性十分严重。在新媒体技术背景下，互联网将整个世界、整个地球互联互通。这就实现了信息的跨国别、跨境域传播。加之新媒体技术为信息传播提供了多条渠道，这进一步加快了信息传播的时效性。

2.3 丰富性

新媒体技术为信息传播提供了更多的可选形式和传播路径，激发了信息的丰富性。以自媒体技术的应用为例。目前，很多个人偏向使用社交软件，像微信公众号此类的自媒体技术，由于操作简单、形式多样，能够满足不同用户的差异性需求，现阶段备受个人、集体、组织青睐，成为信息宣传的主流方式。编辑人员使用微信公众号编辑文章时，只要是在法律法规控制范围之内，可以随机、自由、灵活地发表自己的观点、抒发自己的情感。正如我们在微信朋友圈中既可以看到广告、心情日记、随笔，也能看到新闻、社会热点等信息。可谓是千姿百态、应有尽有。

2.4 自主性

新媒体技术中最具有技术突破性的当属自媒体技术。传统的电视广播信息媒介，用户只能是别人放什么，自己听什么；别人播什么，自己看什么。自媒体技术将信息播报的主动权完全交还给了用户本人，使其在获取信息上拥有了绝对的自主性。

2.5 互动性

新媒体技术的互动性特征实现了信息由单向传播向双向传播的巨大转变，使信息交流与传播频率加倍。传统的电视广播只能实现“编者→用户”的单向传播，应用新媒体技术后，编者和用户可以通过后台运行，采用留言等方式相互沟通交流，以便媒体编辑更好地听取采纳用户的意见与建议，使广播电视工作更加贴合用户需求。

3. 新媒体时代背景下广播电视编辑业务问题现状

在新媒体时代背景下，之所以传统的广播电视等媒体传播方式不能更好地满足现阶段用户的现实所需，而逐步面临淘汰的危机，是因为，相对于新媒体技术而言，传统的广播电视编辑工作在信息编排制作上形式过于单一、内容不够丰富、滞后性严重且相关的新型编辑技术不够成熟。

3.1 广播电视信息传播形式过于单一

传统的广播电视信息传播运行模式，其传播形式过于单一。广播一般是通过播音员对外播报音频向听众传递信息，电视则是通过“声音 + 画面”的方式向观众传播信息。在这种情况下，广播电视的信息传播逐步变为程式化的信息播报与传递，缺乏灵活性与变通性。其编辑工作由于受到工作体制及业务规范的限制与制约，在内容的设计与编排上大都千篇一律，很容易让人觉得生硬刻板。长此以往，观众和听众很容易对广播和电视的信息播报产生审美疲劳，甚至是厌倦感。加之新媒体技术内容鲜活，形式多样，更能够满足不同听众观众的差异性需求，这对电视广播等传统媒体技术将会带来强烈的冲击。

3.2 广播电视信息传播形式内容不够鲜活

在新媒体技术尚未完全应用推广到新时期的信息传媒领域时，广播和电视依旧承担着社会信息传递的主体责任，信息传递量十分庞大繁杂。但是，一个突出的问题是其内容的灵活性较差，刻板僵硬、缺乏变通。例如，之前人们通过广播和电视听取当天的新闻，广播和电视在新闻播报的方式上都是标准的普通话，内容绝大部分是文字的堆积与叠加形成，过于强调从客观角度播报社会新闻，严重缺失了个人的情感色彩、互动色彩与实践价值。传统的广播电视内容不够鲜活，使得绝大多数听众或观众在用其获取外界信息时感到晦涩难懂、枯燥无趣，久而久之，人们对电视广播的关注度大幅滑坡。

3.3 广播电视信息传播滞后性过于严重

信息传递的一个最大的特征就是讲求其时效性，特别是对于一些重大新闻、社会热点信息，一旦在传播过程中时效性得不到保证，其实际参考应用价值几乎会丧失殆尽。过去人们用广播和电视获取自己需要的信息，从信息的搜集、获取、整合到最终的播报整个信息加工过程耗时较多，信息从发生开始经过广播电视媒体传递系统到达听众和观众之间的耗时过长，这样一来，一些时事热点信息的时效性价值会大打折扣。然而，在新媒体技术背景下，信息传播的主动权交还到了每个社会公众的手中，每个人既是信息的收听者、收看者，也是信息的加工者、制作者、传播者。因而，新媒体技术的有效应用更有助于压缩信息制作及传递的时间成本，最大限度地保障了信息的时效性。

3.4 主动性和针对性差

用广播收听信息或用电视收看信息，对于听众和观众而言，这种信息传递方式缺乏主动性和针对性。一方面，听众和观众所获取的信息内容只是单方面地取决于广播电视媒体单位，不能自由选择自己真正需要的信息内容，这说明其主动性较差。另一方面，不同的个体对信息的接受存在差异性，广播电视这种信息传播方式不能同时满足不同个体的不同信息需要，其信息播报内容完全由广播电视单位独断，信息传递针对性的缺乏使得听众和观众很可能得不到价值信息。

3.5 广播电视信息编辑技术有待提升

实际上，以广播电视为代表的传统信息媒体由于操作简单，为其赢得了固定的收视群体，如老年人、学生等。这也在一定程度上反映了广播电视隐藏的巨大发展潜力。广播电视现存的技术性问题，如异地 落地方式没有章程

可循、地方保护严重等问题，导致收看群体数量降低。

4. 新媒体时代背景下广播电视编辑业务创新发展策略

新媒体技术的蓬勃发展，向以电视和广播为代表的传统信息媒介技术发起了强烈的挑战。虽然新媒体技术在信息的传递方式、传播渠道、传播速度等多个方面较之于传统电视广播有很大的优越性，但这并不意味着新媒体技术短期内会彻彻底底地取代电视广播技术。多年的应用推广为电视广播积累了大量的固定收视群体，电视广播编辑业务当务之急是积极探索自身与新媒体技术的有机契合点，顺应新媒体时代的技术发展，做到与时俱进，为自身的发展注入新活力。

4.1 不断丰富、拓展广播电视编辑业务内容

广播电视在编辑业务的内容上要进一步拓展延伸，以新闻播报为例，要从新闻播报形式、播报内容、播报渠道、观众实际需求等多个维度出发，综合考量，全面拓展广播电视编辑业务内容。从新闻播报内容角度来看，电视广播编辑工作人员要打破固有套路，开辟全新的新闻解读视角，既要在保证新闻内容本意不破坏的前提下，增强其可读性、趣味性、生活化，也要善于深挖新闻内涵。从新闻播报渠道角度来看，广播和电视单位上级领导层要有意识地拓宽电视广播信息传播渠道，借助于发达的网络系统开辟新的网络传播渠道，或者依靠技术研发部门，生成具有自身特色的手机 APP 客户端，将其负载在日益普及的电子移动设备上。此外，还需要做好对听众观众的反馈和回访工作，以听众和观众的现实所需为指导，全面深化自身信息传播体系的改革与更新。

4.2 打造 020 双轮驱动媒体信息编辑模式

信息时代，传统的电视广播信息传媒系统若想捍卫自身在信息传媒行业固有的龙头地位，有效应对来势汹汹的新媒体技术的强大冲击力，需要巧妙地结合自身特点，利用好高度发达、互联互通的互联网技术，打造线上线下 O2O 信息传媒系统，优化信息传播模式，拓宽信息传播路径。如现阶段十分流行的数字电视，通过将电视机与宽带或者无线网络进行连接，可以实现电视传媒的网络化发展。观众可以根据自己的兴趣爱好及实际需要，在检索窗口搜索所需资源，这样一来，电视传媒的针对性和高效性大大提升，也更受用户的青睐与欢迎。再如，当下很多广播和电视频道都着力于开发自己的手机 APP 客户端，用户通过下载手机 APP 客户端就能够随时随地检索到该频道下的历史云资源，这样一来，电视广播信息资源的存储时间更长、信息传播导向性更加集中。再比如，有很多电视频道还积极运用了微博、微信公众号等自媒体技术，成立了自己的微信公众号和官方微博。自媒体技术的有效应用一方面扩大了广播电视信息资源的传播范围，提高了信息的共享性，加深了用户对广播电视的理解；另一方面，自媒体技术将广播的音频信息、电视的画面信息转化为文字信息，革新了广播电视的信息传递形式，而且通过对品牌节目信息资源的整理能够有效引导吸引用户。

4.3 依托新媒体技术，发动用户编辑

首先，广播电视传媒系统要开辟与用户之间的交流反馈通道，增强编辑工作人员与用户群体的互动交流。如微信公众号后台留言、官方微博留言、官方网站开辟用户信箱通道等。编辑人员与用户之间的有效沟通互动，能够最直接、最准确、最真实地摸清用户的对电视广播节目的现实需求，从而为自身的改革提供可靠的现实依据。再者，电视广播单位可以发动用户积极参与到信息资源的编辑工作中，为电视台或广播站的信息编辑建言献策。

4.4 编辑重心向特色节目转移

特色节目是现阶段广播电视系统实现自身改革升级的有效突破口之一。编辑工作人员要结合地域特色文化，将其合理地穿插到电视广播的节目设计、节目策划、节目安排、节目播送等环节中去。

结语

综上所述，新媒体技术对于传统的广播电视媒体而言，既是机遇，也是挑战。一方面，新媒体技术的先进性、高速化发展给传统电视广播施加了巨大的重压；另一方面，传统的电视广播系统从理念到技术均存在许多亟待改进的地方。电视广播系统要与时俱进、顺势而为，从信息传播方式、内容、渠道、受众等多个角度出发，实现自身全面发展。媒

参考文献

[1] 杨旭霞．新媒体时代广播电视编辑业务创新与发展研究[J]. 传播力研究，2019（5）.

[2] 周奕含．新媒体时代广播电视编辑业务创新与发展探析[J]. 科技传播，2018（9）.

[3] 贾秀玲．新媒体时代广播电视编辑业务创新及发展分析[J]. 电视指南，2018（12）.

[4] 吴伟威，毛晓月．新媒体时代如何提升广播电视编辑工作能力 [J]. 西部广播电视，2018（19）.

[5] 王霞．新媒体时代广播电视编辑能力提升策略 [J]. 新闻窗，2017（5）.

[6] 栾静．新媒体时代广播电视编辑工作能力提升策略探究[J]. 西部广播电视，2015（23）.

（作者单位：新疆阿勒泰地区村村通运行维护管理中心）